技术带来人文关怀
——专访《今日头条》公益寻人栏目负责人曾华

文 | 本刊编辑部



右起第二位是曾华

《中国传媒科技》：2016年2月“头条寻人”正式启动，到今天已经帮助2147位走失者与家人团聚，那么《今日头条》最初是怎样有公益寻人这个想法的？

曾华：我们很早就做过寻人方面的内容推送，大概在2015年我们和“宝贝回家”有一些合作，他们有一些寻人信息，我们帮助推送，但是当时没有系统性或者作为一个项目去推，只是当做新闻去推送。

头条作为内容分发的平台，我们在做新闻推送的时候发现，这类新闻关注度非常非常高，现在很多家庭都是一个孩子，只要走失了整个城市的新闻都会特别关注，后来我们加大了这方面的新闻推送，但是在2015至2016年年初推送的这些寻人并没有特别大的成效。直到2016年2月份的时候，那天是正月初二，当时有位老太太在河北燕郊走失那天正好我在值班，我们有位实习生在微博看到了这个消息，当时他把这个信息反馈给我，然后我把信息以弹窗的形式传送给整个廊坊地区，当时廊坊市所有《今日头条》的用户都收到了这条信息。当天晚上他们家属收到两位《今日头条》用户的线索，根据这个线索，在三河火车站附近，找到了这位老人。事后我们在总结案例的时候发现，寻找儿童可能有些困难，因为儿童可能遇见各种各样的问题，比如离家出走，不法分子把她带走，这涉及到了拐卖，或者意外溺水身亡，这样给找寻增加了难度。而老人这块的走失，只是走失，大部分老人是由于阿尔茨海默病，或者对一个城市道路不熟悉。他基本上是在一个固定的区域内活动。所以，我们寻人信息推送出去，能够根据网友帮助提供线索找到丢失人。后来，我们转化了一下思路，寻人偏向于寻找老人或者智力、精神有问题的这部分人群。

为了更好的去做这件事情，我们干脆成立了一个寻人项目。

《中国传媒科技》：“头条寻人”在大数据、信息安全、LBS等方面有何创新点？

曾华：LBS不是一项新的技术，互联网公司都运用了，我们只是把LBS极致精准应用于寻人定位，比如哪位老人走失了，我们只是在周边五公里十公里推送。其他互联网公司只是定位整座城市没有精准的应用LBS去推送。头条是国内第一家做这个项目的，把LBS技术运用到公益领域，把公益

和内容推送结合其实是非常符合头条的产品特性，我们总部大楼有专门的技术团队在做研发。

《中国传媒科技》：在运营方面“头条寻人”的模式是怎样的？

曾华：寻人是单独成立的一个项目，这个项目单独在内容运营部，我们原来就是内容运营部的一个大部门，包括新闻的推送，对外合作。这个项目是从新闻推送部门衍生出来的，主要每天发寻人信息。

现在我们也在自己拓展业务，除了内容推送以外，也在寻求合作，这些合作包括和民政部门、公安部门的合作，也包括公益组织、救助站的合作。其中和公安部门的合作包括和各地治安管理总局或者派出所等单位的合作。比如家属报案的时候，会第一时间把线索提供给我们，这就解决了信息来源的问题。

去年7月，我们和救助站签署了一份合作协议，民政部系统下面大概有两千多家社会救助管理站，社会救助站接收一些疑似走失人员，我们反向帮助他回家。一方面，我们帮助警方寻人，一方面，跟救助站合作帮助寻亲。现在，我们跟一些社会救援队，公益组织的合作是为了帮助我们发动更多的社会力量，扩散信息。蓝天救援队应该是国内民间最大的救援队，很多地方蓝天救援队都会帮助我们寻找。

《中国传媒科技》：目前越来越多的人开始注重个人隐私的保护，“头条寻人”是否有注意伦理的问题？

曾华：头条本身做的是根据用户的阅读习惯进行精准的内容推送，做内容的分发，寻人栏目只是读取了用户的位置信息，不涉及其他任何用户的隐私，只要用户自己分享出位置信息，我们就可以进行精准推送。如果用户通过手机设置关闭了用户位置的信息，我们就读取不了位置信息，这些都是机遇用户自己去设置的。作为互联网公司对于用户隐私是非常注重非常保护的，其他的寻人栏目不会去做。

《中国传媒科技》：前段时间《人民日报》评论新闻APP推荐新闻弹窗太多的问题，那么如何平衡新闻与公益的弹窗？

曾华：寻人工作量虽然大，但是相较于我们新闻主页是不会有影响的。也就是说，寻人这块每天的推送量跟新闻比起来是非常小的一块，当然我们也会注意尽量不要打扰到用户，我们每天设置普通用户一天只能收到五条推送，最多的话六七条，同时在推送的时候也会规避同一区域的重复推送。由于基于地图推送，如果上午某个地区推送过寻人，那么下午的寻人会换另外的推送渠道，比如通过北京频道加权推送，不用弹窗形式，而是推荐北京用户在刷新闻的时候优先看到这条信息，我们会通过设置走失范围扩大或者缩小即精准定位推送来规避用户弹窗打扰问题。

《中国传媒科技》：据媒体报道腾讯，阿里巴巴也在做类似于公益寻人的项目，相比较之下《今日头条》的不同点和优势在哪里？

曾华：阿里巴巴和公安部刑侦局合作做了一个公安部儿童失踪紧急发布平台，等于给公安部门做了一个系统，所有的公安部的报案都可以录入到那个系统里面，系统接口数据向所有互联网公司开放，我们也接入了这个系统。互联网公司和公安部门合作就可以读取到儿童丢失的信息。阿里巴巴只做儿童，头条做儿童，老人以及精神、智力障碍的人，简称无民事行为能力的人。有完全民事行为能力的人，头条不予推送。

腾讯在做QQ全城助力，通过QQ，微信还没有做。在这个领域合作大于竞争。

《中国传媒科技》：开辟公益栏目“头条寻人”对《今日头条》新闻主业务有何影响？是否需要投入大量人力和财力？其中的人力资源成本如何管控和协调？

曾华：寻人栏目从最开始的两三个人发展到现在的十五六个人，推送寻人信息的成本 换成广告收益的话，对于公司来说费用非常大。公司非常支持我们，目前没有任何商业化的考核，让我们纯粹做公益，在人力和财力成本上没有给我们很大限制。

《中国传媒科技》：您认为未来新闻APP平台将会沿着怎样的一个趋势或者轨道发展？

曾华：这个问题有些大，作为头条来说，我们自身的主业务还是做一些内容的咨询和分发以及内容的精准推送，未来肯定立足于这个基本功。寻人栏目是我们慢慢摸索出来的，和我们产品特性非常契合的项目，对于品牌推广也是一次有意义的尝试，现在事实也证明了我们确实做出了一些成绩。

《中国传媒科技》：今后“头条寻人”的业务范围将会进一步扩大到县市级地区吗？

曾华：我们栏目寻人的范围是只要有《今日头条》的用户，我们都可以推送，海外也可以推送，不存在县市级的区分。精准推送就是只要地图可以搜到这个地点，我们就可以准确定位。现在精准推送基本可以做到定位到一幢建筑楼，一条街道，一个村庄。

《中国传媒科技》：头条栏目接下来还会有哪些新的动向？能给其他同行业工作人员什么建议？

曾华：除了寻人，我们还在做其他的尝试，比如前几天我们做了一个寻物的推送，帮助两位应届毕业生找到学位证和毕业证。后期我们会制定一个标准，哪些可以寻找哪些帮不上忙。

现在我们也在尝试和公安部，法院做追讨，比如司机肇事逃逸，根据车牌号追讨司机；法院判决下来没有办法执行，追讨老赖，都是将来要做的尝试。

同时，在台湾、海外地区也会做业务拓展，通过台湾的同事，跟台湾的相关媒体合作，帮助台湾老人寻亲，寻找大陆亲人。帮助海外收养家庭寻找收养子女的亲生父母。目前台湾寻亲的项目成功率挺高，当然仍要提升需求，号召老兵或者老兵的后代来头条做征集。

寻人栏目也在和京东，ofo等第三方客户端谈合作，将来我们的寻人信息在其他客户端也可以读取。

对于一个家庭而言，老人或者小孩的走失都是一个沉重的打击，我们栏目希望更多的社会公众来关注这类事情，同行业想做寻人，我们很欢迎，未来也不排斥向腾讯、阿里巴巴、网易提供信息。媒